

**PENGARUH *SATISFACTION* TERHADAP *BRAND LOYALTY*
SMARTPHONE MEREK *APPLE* DENGAN *LOVEMARKS*
SEBAGAI VARIABEL MODERASI**



Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen
Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Disusun oleh:

Wahyu Sukma Aji

B100160286

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2020**

HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertanda tangan dibawah ini telah membaca skripsi dengan judul:

**PENGARUH *SATISFACTION* TERHADAP *BRAND LOYALTY SMARTPHONE*
MEREK *APPLE* DENGAN *LOVEMARKS* SEBAGAI VARIABEL MODERASI**

Yang ditulis dan disusun oleh:

WAHYU SUKMA AJI

B 100160286

Skripsi ini telah disetujui oleh pembimbing dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diujikan pada

Surakarta, 02 Mei 2020

Pembimbing



(Soepatini, S.E., M.Si., Ph.D.)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surakarta



(Dr. H. Syamsudin, S.E., M.M.)



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. A. Yani Tromol Pos 1 Pabelan Kartosuro Telp. (0271) 717417 Surakarta – 57102

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : **WAHYU SUKMA AJI**

NIM : **B 100 160 286**

Jurusan : **MANAJEMEN**

Judul Skripsi : **PENGARUH *SATISFACTION* TERHADAP *BRAND LOYALTY SMARTPHONE* MEREK *APPLE* DENGAN *LOVEMARKS* SEBAGAI VARIABEL MODERASI**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya yang telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, 28 April 2020

Yang membuat pernyataan,

WAHYU SUKMA AJI

HALAMAN MOTO

“Whatever Happens You Can Do It Because You Are Great”

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah atas berkah, rahmat, dan limpahan nikmat-Nya berupa kesehatan dan kesempatan, penulis diberikan kemudahan untuk menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Maha karya ini penulis persembahkan untuk:

1. Allah SWT atas segala kemudahan, kenikmatan, karunia serta hidayah-Nya yang telah diberikan, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik.
2. Suri tauladan nabi Muhammad SAW, yang telah memberi tauladan dan membawa perubahan dari zaman jahiliyah ke zaman yang terang benderang, semoga sholawat serta salam selalu tercurah kepada beliau, keluarga dan para sahabatnya.
3. Kedua orangtua Bapak Sunarto dan Ibu Marliyah yang telah memberikan nasihat dan masukan, serta selalu mendoakan yang terbaik.
4. Keluarga besar yang selalu memberikan semangat dan doa dalam setiap perjuanganku.
5. Pembimbing Skripsi Ibu Soepatini, S.E., M.Si., PhD. yang telah membimbing dalam penulisan skripsi.

ABSTRAKSI

Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh variabel *satisfaction* terhadap *brand loyalty* dan untuk menganalisis pengaruh variabel *satisfaction* terhadap *brand loyalty* dengan dimoderasi oleh variabel *lovemarks*. Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk menambah wawasan ilmu pengetahuan dan juga pengalaman dalam melakukan penelitian dibidang *brand loyalty*, digunakan sebagai acuan untuk penelitian selanjutnya terutama dibidang *satisfaction* dan juga *brand loyalty* serta diharapkan bisa memberikan masukan untuk perusahaan tersebut sebagai acuan dalam menentukan strategi untuk meningkatkan *brand loyalty*.

Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner. sampel yang digunakan adalah mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta fakultas ekonomi dan bisnis angkatan 2016 yang menggunakan *smartphone* merek *Apple* minimal 6 bulan sejumlah 100 orang. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan perhitungan regresi moderasi.

Berdasarkan dari hasil analisis pengaruh *satisfaction* terhadap *brand loyalty* didapatkan nilai signifikan ($p=0,041<0,05$) sehingga berpengaruh signifikan terhadap *brand loyalty*, dan *lovemarks* memoderasi pengaruh *satisfaction* didapatkan nilai signifikan ($p=0,239>0,05$) yang artinya *lovemarks* tidak signifikan memoderasi pengaruh *satisfaction* terhadap *brand loyalty*.

Kata Kunci: *satisfaction*, *lovemarks*, *brand loyalty*

ABSTRACT

The objectives supported in this study are to analyze the effect of satisfaction variables on brand loyalty and to analyze the effect of variables on brand loyalty by being moderated by lovemarks variables. The results of this study are expected to be used to add insight knowledge and also experience in conducting research in the field of brand loyalty, used as a reference for further research needs to be in the field of satisfaction and also brand loyalty is also expected to provide input for the company as a reference in strategic planning to increase brand loyalty .

This type of research uses quantitative methods. Data collection techniques in this study used a questionnaire. The sample used was the University of Muhammadiyah Surakarta University faculty of economics and business 2016 who used Apple smartphones for a minimum of 6 months 100 people. Data analysis in this study used the calculation of regresi moderation.

Based on the results of the analysis of the effect of satisfaction on brand loyalty obtained a significant value ($p = 0.041 < 0.05$) so that a significant effect on brand loyalty, and love relationships moderate the effect of satisfaction obtained a significant value ($p = 0.239 > 0.05$), which means love does not significantly moderate the effect of satisfaction on brand loyalty.

Keywords: *satisfaction, love, brand loyalty.*

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Segala puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT atas segala rahmat, hidayah, dan anugerah-Nya. Tak lupa sholawat serta salam selalu tercurah kepada Nabi Muhammad SAW beserta keluarga dan para sahabat, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh *Satisfaction* Terhadap *Brand Loyalty Smartphone* Merek *Apple* Dengan *Lovemarks* Sebagai Variabel Moderasi”. Skripsi ini ditulis guna memenuhi persyaratan memperoleh gelar sarjana ekonomi pada program studi manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan terwujud tanpa bimbingan, arahan, dan bantuan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada :

1. Allah SWT yang tak pernah berhenti melimpahkan segala rahmat, hidayat, petunjuk, dan ridho-Nya kepada penulis, dari awal penyusunan skripsi hingga akhir dengan lancar dan tepat waktu. Dan Juga nabi besar, Muhammad SAW yang telah memberikan keteladanan yang dapat menjadi contoh bagi kami
2. Bapak Prof. Dr. H. Sofyan Anif, M.Si., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta dan segenap pimpinan rektorat Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Bapak Dr. H. Syamsudin, S.E., M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
4. Bapak Imronudin, S.E., M.Si., PhD., selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
5. Ibu Soepatini, S.E., M.Si., PhD. selaku dosen pembimbing yang telah sabar memimbing dan memberikan masukan serta arahan dalam penyusunan skripsi.

6. Bapak Imronudin, S.E., M.Si., PhD. beserta Ibu Ir. Irmawati, SE., PhD. selaku penguji skripsi yang telah memberikan arahan dan saran dalam penyusunan skripsi ini.
7. Bapak Jati Waskito, SE., M.Si. selaku pembimbing akademis yang telah memberikan dorongannya dalam membantu menyelesaikan perkuliahan penulis.
8. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta khususnya Jurusan Manajemen yang telah membekali penulis ilmu pengetahuan selama menempuh bangku perkuliahan, serta tak lupa seluruh karyawan dan staff Tata Usaha yang telah memberikan kelancaran dalam urusan administrasi.
9. Kedua orangtua saya tercinta yang telah memberikan segala bentuk dukungan, semangat serta doa yang tiada henti.
10. Seluruh pihak keluarga, saudara dan kerabat yang turut serta memberikan dukungan dan doanya kepada penulis.
11. Teman-teman kelas H program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta angkatan 2016.
12. Teman-teman penulis dari seluruh program studi di Universitas Muhammadiyah Surakarta yang sudah membantu dan memberikan warna yang baik selama penulis berkuliah di Universitas Muhammadiyah Surakarta.
13. Semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu namun memiliki banyak arti dalam kehidupan penulis, terima kasih banyak atas semua yang telah diberikan. Tanpa bermaksud mengabaikan, hanya keterbatasan ruang dan kekhilafan penulis semata.
14. Almamaterku Universitas Muhammadiyah Surakarta

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan baik dari penulisan maupun penyajian. Untuk itu segala saran dan kritik yang membangun semoga berguna bagi penelitian selanjutnya. Semoga skripsi ini bermamfaat bagi semua pihak yang membutuhkan dan menjadi awal kesuksesan penulis di masa depan. Amin ya Rabbal alamin.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Surakarta, April 2020

Penulis

Wahyu Sukma Aji

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN MOTO	iv
PERSEMBAHAN	v
ABSTRAKSI	vi
ABSTRACT.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Perumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian	5
E. Sistematika Penulisan Skripsi.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
A. Landasan Teori.....	7
B. Tinjauan Penelitian Terdahulu	13
C. Hipotesis.....	14

D. Kerangka Penelitian	16
BAB III METODE PENELITIAN.....	17
A. Jenis dan Sumber Data	17
B. Teknik Pengambilan Data	17
C. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	18
D. Variabel dan Definisi Variabel.....	20
E. Metode Analisis Data	23
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	30
A. Sejarah Singkat Perusahaan	30
B. Deskripsi Data	31
C. Deskripsi Variabel Penelitian	35
D. Analisis Data	39
E. Pembahasan	49
BAB V PENUTUP.....	51
A. Kesimpulan	51
B. Keterbatasan Penelitian	51
C. Saran-Saran	52
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1. Karakteristik Responden berdasarkan Jenis kelamin.....	32
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	33
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi.....	34
Tabel 4.4 Distribusi Frekuensi Satisfaction Responden	35
Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Lovemarks Responden	36
Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Brand Loyalty Responden	38
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Instrumen Kuesioner Satisfaction (X1).....	39
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Instrumen Kuesioner Lovemarks (X2)	40
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Instrumen Brand Loyalty (Y).....	41
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Satisfaction.....	42
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Lovemarks.....	43
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Brand Loyalty	43
Tabel 4.13 Analisis Statistik Deskriptif	44
Tabel 4.14 Hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov	45
Tabel 4.15 Hasil Uji Multikolinearitas.....	46
Tabel 4.16 Hasil Uji Regresi Moderasi.....	48
Tabel 4.17 Hasil Analisa Koefisien Determinasi (R ²).....	49

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model perilaku konsumen yang sederhana	7
Gambar 2.1 Model perilaku konsumen	8
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran	16
Gambar 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	32
Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	33
Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi	34
Gambar 4.4 Persentase Satisfaction Responden	36
Gambar 4.5 Persentase Lovemarks Responden	37
Gambar 4.6 Persentase Brand Loyalty Responden	38

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Lembar Kuesioner

Lampiran 2. Tabulasi Data

Lampiran 3. Hasil Olah Data

Lampiran 4. Tabel r

Lampiran 5. Tabel F

Lampiran 6. Tabel t